

BRASILEIROS URBANOS E SEUS DIFERENTES COMPORTAMENTOS DE CONSUMO ALIMENTAR: quais as implicações para a organização das cadeias produtivas de alimentos?¹

Thelma Lucchese-Cheung²
Mario Otávio Batalha³

1 - INTRODUÇÃO

O estudo dos comportamentos do consumidor de alimentos e o conhecimento de suas necessidades revelam informações importantes para o arranjo das cadeias produtivas, uma vez que a viabilidade dos sistemas de produção dependem da comercialização dos produtos. De acordo com Padilla e Le Bihan (1997) e Oberti e Sirieix (2005), com seus diferentes hábitos, gostos e poder de compra, os consumidores exercem um importante papel na organização dos sistemas agroalimentares e, conseqüentemente, na determinação daquilo que será destinado ao mercado. Assim, os investimentos em ações ao longo da cadeia, por exemplo, as melhorias nos processos de produção e de processamento, bem como as ações de escolha dos canais de comercialização podem ter sua eficiência comprometida caso os comportamentos de consumo dos indivíduos não sejam analisados.

Sabendo-se que, sobre as escolhas alimentares agem diferentes determinantes, por exemplo, os de ordem socioeconômica, demográfica e cultural, julga-se interessante apresentar uma definição de modelos alimentares e informações sobre sua evolução ao longo do tempo, as quais implicam arranjos na coordenação das cadeias produtivas de alimentos.

De acordo com Poulain (2004), cada modelo alimentar deve ser compreendido como um conjunto de códigos simbólicos (seleção de produtos, modos de preparo, tipos de prato e rituais de consumo), os quais revelam sistemas de valores dos grupos de indivíduos de uma sociedade.

de. Já no que concerne às evoluções globais da alimentação, Corbeau e Poulain (2002) e Lambert et al. (2005) apresentam como fatores importantes daquele processo de mudança a evolução dos modos de produção, o funcionamento do mercado, o arranjo das grandes distribuições, bem como o aumento do número de mulheres que trabalham fora dos seus domicílios, a organização do trabalho em horários flexíveis (manhã, tarde e/ou noite) e a realização de grandes deslocamentos entre o local de trabalho e a residência. Em resposta às novas demandas, os canais de distribuição de alimentos apresentam um grande sortimento de produtos em um mesmo local. Novas tecnologias de conservação dos alimentos e a modernização da cadeia do frio permitem aos consumidores uma redução da frequência de compras de alimentos. Produtos que exigem pouca dedicação durante seu preparo (cozidos, pré-cozidos) assumem lugares importantes nas prateleiras dos supermercados, respondendo, também, às novas demandas dos consumidores.

Migliori (2009) acrescenta que o maior acesso, de parte da população, às descobertas científicas sobre os benefícios e os efeitos nocivos dos alimentos à saúde também provocam alterações nas práticas alimentares e escolhas daquilo que será consumido. Com isso, destaca que as razões das escolhas alimentares podem ser, entre outras, de ordem estética, econômica, nutricional e ética, que revelam diferentes modelos alimentares praticados por indivíduos pertencentes a uma mesma sociedade.

Sabendo-se que o conhecimento obtido por meio de investigação do consumo alimentar das populações é útil, pois ajuda a melhor compreender os modelos de consumo alimentar dominantes dos diferentes grupos sociais, bem como as evoluções globais e específicas dos comportamentos dos comedores, justifica-se a realização deste artigo que tem como objetivo principal apresentar uma tipologia de consumidores de alimen-

¹Registrado no CCTC, IE-38/2010.

²Administradora, Mestre, Professora Adjunta do Departamento de Ensino a Distância na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (e-mail: thelma.lucchese@gmail.com).

³Engenheiro Químico, Doutor, Professor Associado do Departamento de Engenharia de Produção na Universidade Federal de São Carlos (e-mail: dmob@power.ufscar.br).

tos, visando encontrar diferentes práticas declaradas por brasileiros urbanos.

2 - MÉTODO

Os resultados apresentados neste trabalho estão inseridos em uma ampla pesquisa que procurou investigar a ação de diferentes determinantes (sociodemográficos, socioeconômicos e socioculturais) sobre as práticas alimentares de brasileiros urbanos. A pesquisa maior foi financiada pela FINEP-MCT, o que possibilitou a realização de entrevistas pessoais junto a 1.600 consumidores brasileiros, igualmente distribuídos entre as cidades de Porto Alegre, São Paulo, Goiânia e Recife. Considerando as restrições de orçamento daquela pesquisa, definiu-se a amostra estudada.

Para a coleta de dados, equipes especializadas foram contratadas para a escolha da composição da amostra e aplicação do questionário (os indivíduos foram entrevistados na rua e em diferentes bairros de cada cidade). Com base nos dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no que concerne às características de toda a população das capitais entrevistadas, cotas foram estipuladas quanto aos perfis de consumidores que deveriam ser entrevistados. O objetivo, com isso, foi entrevistar grupos de indivíduos que representassem perfis sociodemográficos que se aproximassem aos da população. Vale acrescentar que a composição da amostra não pretendeu ser representativa da população de referência. Considerou-se que o tamanho da amostra (1.600 indivíduos) e sua característica heterogênea poderia tornar possível a um estudo, que visa analisar os comportamentos de consumo, escolher critérios de comparação (por exemplo, consumidores assíduos e esporádicos de um produto alimentar), **verificar** diferentes comportamentos de consumo (segundo suas idades, renda, gênero, profissões, etc.) e identificar consumidores marginais e potenciais de determinados alimentos. Visando facilitar a interpretação dos resultados, uma estratificação quanto ao gênero (homens e mulheres), idade (indivíduos com idade maior do que 20 anos) e à renda dos consumidores (menor que 2 salários mínimos, de 2 a 5 salários mínimos, de 5 a 10 salários mínimos, de 10 a 20 salários mínimos, de 20 a 30 salários mínimos e mais que 30 salá-

rios mínimos) foi realizada.

No que concerne às técnicas de tratamento dos dados coletados em campo, para efetuar agrupamentos das respostas, optou-se por efetuar uma análise de correspondência múltipla seguida por uma classificação ascendente hierárquica ou análise de *cluster* com auxílio do *software* francês SPAD.

A diferença dessas análises multivariadas das análises clássicas é que a análise de correspondência múltipla permite avaliar a relação entre um conjunto muito grande de variáveis e a de classificação ascendente hierárquica permite encontrar os *clusters*, ou seja, a tipologia de consumidores de alimentos.

Sobre as variáveis ativas (chamadas de determinantes dos comportamentos de consumo), cálculos de distância dos indivíduos são efetuados. Com isso, a repartição dos indivíduos e as modalidades de variáveis (por exemplo, a variável gênero conta com duas modalidades, homem e mulher) mais próximas podem ser representadas em um espaço multidimensional. Os fatores representados sobre eixos fatoriais correspondem aos cálculos de distância por ordem decrescente. Escofier e Pagès (1998) e Lebart; Morineau; Piron (1995) reforçam que a métrica do Qui-quadrado (χ^2) permite a comparação de linhas (indivíduos) e colunas (modalidades). Dessa forma, a semelhança entre dois indivíduos será definida pelo cálculo da distância do Qui-quadrado (χ^2), ou seja, distância entre os seus perfis (modalidades escolhidas) que desempenha um papel semelhante ao cálculo do desvio padrão utilizado no estudo de variáveis numéricas ou contínuas.

Os planos fatoriais representados nas figuras devem ser interpretados como mapas, em que a posição que os indivíduos ocupam estão muito relacionada à semelhança das suas respostas sobre as variáveis ativas. A distância de um grupo do centro do plano fatorial reflete sua diferença em relação aos indivíduos situados no ponto central (sem muita representatividade estatística). Cabe acrescentar que uma proximidade maior ou menor dos grupos no mesmo plano fatorial implica uma maior ou menor correlação entre as modalidades de variáveis que caracterizam tais grupos, sobretudo quando estão afastadas do ponto central. Quanto mais afastados estão os grupos do ponto central, maior o coeficiente de correlação entre as variáveis do *cluster* e o eixo fatorial.

As variáveis ativas utilizadas neste es-

tudo, para a análise de correspondência múltipla, foram as questões referentes a:

- **a organização no tempo das refeições** (duração, frequência de consumo, regularidade e valor atribuído às refeições - refeições festivas e ordinárias);
- **a organização no espaço** (no domicílio ou fora do domicílio);
- **o grau de comensalidade** (refeição convivial ou solitária);
- **o conteúdo das refeições** (alimentos sólidos e líquidos, tipos de pratos e de culinárias).

Para testar o que determina os diferentes comportamentos declarados, variáveis explicativas dos comportamentos, chamadas de ilustrativas, são introduzidas no *software*. Como tais variáveis aparecem: características demográficas e socioeconômicas dos indivíduos (gênero, idade, número de pessoas na família, escolaridade, profissão, renda e tamanho da cidade onde mora).

A análise de correspondência permitiu recuperar os principais tipos de comportamentos e seus determinantes. A análise de dados e dos planos fatoriais foram utilizadas para realizar os agrupamentos dos indivíduos em uma tipologia de síntese. No intuito de minimizar o caráter empírico deste método, uma classificação ascendente hierárquica foi, então, efetuada. Assim, os indivíduos foram classificados a partir das distâncias calculadas na análise de correspondência. O número de grupos de indivíduos foi escolhido em função do grau de síntese desejado e da capacidade de explicar o fenômeno estudado.

As informações sobre as práticas alimentares dos consumidores entrevistados foram recuperadas a partir de dados de práticas declaradas pelos consumidores (a técnica de coleta adotada foi a *survey*). Levando-se em conta a variedade de variáveis que compuseram o questionário, bem como sua natureza qualitativa, para a composição da tipologia de consumidores, análises estatísticas multivariadas foram adotadas como ferramentas para o tratamento dos dados. Dessa forma, o estudo das eventuais relações entre o grande conjunto de variáveis qualitativas foi possível pela adoção dos métodos análise de correspondência múltipla (ACM) e análise de *cluster* ou agrupamento. Em cada grupo ou classe de indivíduos, a porcentagem apresentada ao lado de cada modalidade de variável corresponde a sua posição significativa no eixo. Assim, por exemplo, o grupo 3, composto por 10% da amos-

tra global, foi mais bem representado por consumidores que declararam as maiores rendas e maior grau de escolaridade. Maiores detalhes sobre as técnicas empregadas e citadas podem ser encontrados em Escofier e Pagès (1998) e Lebart; Morineau; Piron (1995).

3 - RESULTADOS

Ao se considerar que os indivíduos não têm comportamentos únicos e individualizados, mas sim comportamentos integrados aos grupos que pertencem e aos seus grupos de referência, neste momento, o objetivo é apresentar a tipologia encontrada e suas principais representatividades, ou seja, as afinidades entre as respostas dos indivíduos (escolha simultânea de todas, ou praticamente todas as modalidades de variáveis que melhor representaram suas práticas alimentares).

Julgou-se conveniente identificar, inicialmente, os principais grupos sociais que melhor caracterizaram a amostra entrevistada e, a partir deste resultado, analisar as relações entre tais grupos e certas práticas de consumo alimentar declaradas. As descrições que seguem dizem respeito aos resultados mais significativos obtidos a partir da aplicação dos métodos mencionados. A figura 1 mostra como os grupos foram distribuídos nos quadrantes fatoriais.

Para a construção da figura 2, que apresenta a tipologia de consumidores, armazenaram-se os dados referentes à figura 1. Assim, o cruzamento das respostas sobre as práticas de consumo foram realizados com os grupos sociais que melhor representaram a amostra do estudo.

Para uma melhor compreensão do leitor, vale acrescentar que em dois questionamentos, os entrevistados tiveram de escolher suas respostas em função de fotos que lhes foram apresentadas. Assim, uma questão tratava do prato que mais se assemelhava àquele que era, normalmente, consumido durante a semana e nos finais de semana (prato leve com salada e grelhado, prato moderado com salada, arroz com feijão, carne e batata, prato pesado com arroz, feijão, macarrão, linguiça e batata e o prato rápido, sendo um sanduíche). Na segunda questão, fotos de pedaços de carne lhes foram apresentadas para que dissessem qual deles mais se assemelhava ao que era consumido na semana

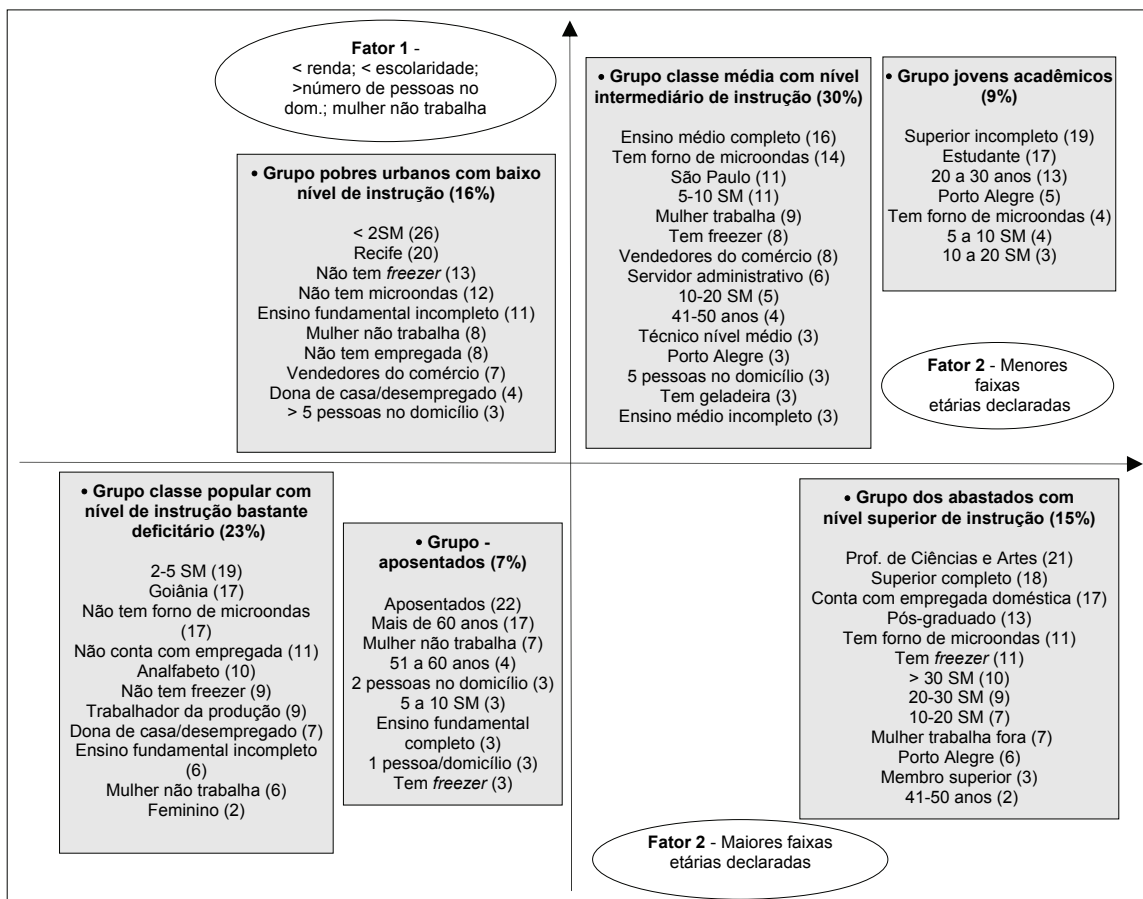


Figura 1 - Formação dos Grupos Sociais que Melhor Representaram a Amostra Entrevistada.
Fonte: Lucchese-Cheung (2007).

e nos finais de semana (foto de carne gorda, de carne magra e de carne com marmoreio).

Em uma primeira observação da disposição dos grupos nos eixos da figura, verificou-se uma oposição em relação aos grupos que consomem maior e menor tempo para a realização das suas refeições. No quadrante superior esquerdo, os abastados, a classe média e a classe popular aparecem como modalidades características de dois grupos de comportamento de consumo distintos (Conviviais Urbanos e Conservadores *Gourmands*), mas dividem um mesmo quadrante fatorial (neste caso, é a declaração do tempo de consumo semelhante destinado à realização das refeições que os faz compartilhar um mesmo quadrante fatorial e não suas práticas alimentares).

Quanto às modalidades que representam o conteúdo dos contatos alimentares dos grupos Conviviais Urbanos e Conservadores *Gourmands*, certas particularidades entre eles puderam ser constatadas. Foi observado no grupo dos Conservadores *Gourmands* que as modalidades

que melhor caracterizaram este grupo foram as maiores frequências diárias do consumo dos alimentos arroz, verdura, carne, massa, fruta e produtos prontos, além do consumo esporádico de leite desnatado, a opção pela carne gorda e pelo prato pesado como aquele que mais se assemelha ao que é consumido, normalmente, no almoço. Destaca-se que tal grupo foi mais bem representado por trabalhadores técnicos com nível médio, por aqueles que desempenham serviços administrativos e por outros que são vendedores do comércio (classe média), além dos trabalhadores da produção e das donas de casa e desempregados (classe popular), associados aos estratos de renda médio e baixo. Por outro lado, em relação às modalidades referentes aos conteúdos dos contatos alimentares do grupo Conviviais Urbanos, que conta com a presença dos abastados (associados às maiores rendas declaradas, maiores níveis de escolaridade e aos profissionais de ciências e artes e membro superior), as maiores frequências do consumo verduras e de leite desnatado (duas ve-

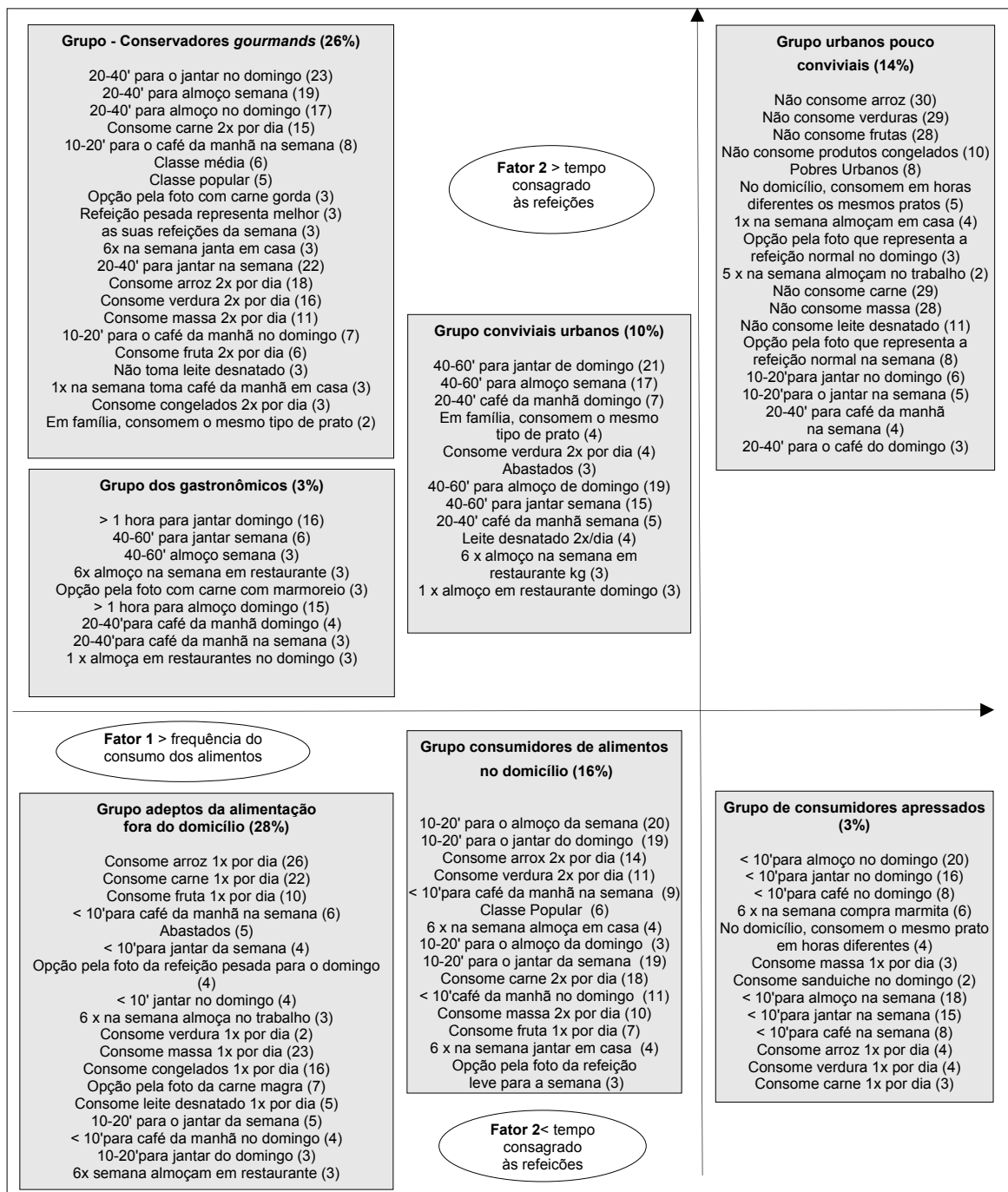


Figura 2 - Tipologia dos Consumidores de Alimentos.

Fonte: Lucchese-Cheung (2007).

zes ao dia) foram as modalidades mais abundantes.

Em relação aos grupos localizados no quadrante inferior esquerdo, as modalidades classe popular e abastados aparecem como características dos comportamentos de consumo dos Consumidores de Alimentos a Domicílio e

dos Adeptos da Alimentação Urbana fora do Domicílio. Chama-se, então, a atenção para o fato de que consumidores com perfis socioeconômicos semelhantes podem declarar práticas de consumo distintas. O grupo dos abastados aparece entre os comportamentos de consumo dos Adeptos da Alimentação fora do Domicílio e dos

Conviviais Urbanos.

Verificando-se a distribuição dos grupos de comportamento de consumo, poder-se-ia dizer que os grupos localizados no eixo fatorial superior esquerdo diferenciam-se, de modo geral, dos demais grupos por atribuírem importância ao caráter convivial das refeições. Quanto ao grupo dos Gastrônomicos, tal afirmação se justifica, pois declararam passar maior tempo à mesa para a realização das refeições (na semana e no domingo). Em relação aos grupos Conservadores Gourmands e Conviviais Urbanos, a convivialidade associada às refeições é justificada pelo fato de que as refeições realizadas no domicílio são compartilhadas e consideradas como ocasiões sociais. Tais grupos também foram mais bem caracterizados pelos maiores tempos consagrados para a realização das refeições, bem como pela escolha do prato pesado como refeição, normalmente, consumida no almoço pelo grupo Conservadores Gourmands. Cabe acrescentar que a opção pelo prato pesado também pode estar ligada a uma busca por uma maior sensação de saciedade.

Todos os grupos foram igualmente caracterizados por modalidades que revelam a realização do consumo de refeições fora do domicílio (almoço em restaurantes ou restaurantes tipo quilo para os mais abastados e o café da manhã no trabalho para as classes média e popular) e, com exceção da classe popular, por domicílios onde a mulher trabalha fora e os indivíduos exercem funções técnicas, desempenham serviços administrativos, trabalham no comércio (classe média), além daqueles ligados à produção industrial (classe popular) e dos que são profissionais de ciências e artes (por exemplo, professores universitários) e membros superiores (classe dos mais abastados).

4 - DISCUSSÃO

A análise da figura 2 permite realizar interpretações interessantes acerca dos comportamentos de consumo dos grupos formados. Consumidores com perfis socioeconômicos diferentes foram dispostos em um mesmo quadrante fatorial em função de declarações semelhantes sobre determinadas restrições alimentares (sobretudo o tempo destinado à realização das refeições). Porém, realizando-se uma análise mais detalhada acerca das respostas referentes aos tipos e quan-

tidades de alimentos normalmente consumidos, pôde-se observar que práticas alimentares distintas caracterizaram o consumo daqueles grupos. Além disso, observou-se que um mesmo grupo social contribuiu significativamente para a formação de *clusters* diferentes, ou seja, indivíduos que declararam informações semelhantes quanto ao seu perfil sociodemográfico e econômico declararam que não são tocados pelas mesmas restrições alimentares e não se comportam da mesma maneira quando escolhem seus alimentos. Informações como essas são importantes para os diferentes agentes que integram as cadeias produtivas de alimentos, pois suas ações podem ter sua eficiência comprometida caso as especificidades dos comportamentos de consumo não sejam bem compreendidas.

Para investigar comportamentos de consumo adotados ou rejeitados por indivíduos de grupos com perfis sociodemográficos semelhantes ou distintos, deve-se compreender que a alimentação humana não pode ser definida, apenas, como uma necessidade fundamental, mas como ferramenta a serviço da saúde, do prazer, da estética, etc. (AURIER; SIRIEIX, 2004).

Uma vez que os produtos alimentares exercem importante papel na vida cotidiana, pois suas funções vão além de fontes de suprimento de uma necessidade vital para os seres humanos, os agentes envolvidos nas cadeias de produção de alimentos deveriam aliar aos efeitos das variáveis de ordem econômica e demográfica a ação de variáveis socioculturais (normas, valores, tabus, crenças) sobre as decisões dos consumidores quanto às suas práticas alimentares (CASOTTI, 2002; LUCCHESI-CHEUNG, 2007; MIGLIORI, 2008).

No que concerne às múltiplas ordens de restrições que podem agir sobre os comportamentos de consumo, o quadro 1 resume alguns fatores importantes e, também, determinantes do processo de escolha dos consumidores.

Aurier e Sirieix (2004) explicam que, para o fator características do indivíduo, fatores psicológicos e influências socioculturais são determinantes das escolhas dos indivíduos. Além disso, reforçam que, para a melhor compreensão das escolhas alimentares, deve-se levar em conta a maneira como o indivíduo se percebe e como ele gostaria de ser percebido pelos outros que pertencem ao seu grupo de referência. Já em relação às reações sensoriais, os autores

QUADRO 1 - Fatores Determinantes do Processo de Compra do Consumidor

Características dos indivíduos	Personalidade, reações sensoriais, necessidades e motivações, atitude, grupos de referência, família, cultura.
Contexto de compra e consumo	Tempo (período do dia, mês e estação do ano), ambiente físico, presença ou ausência de terceiros, humor, aspectos do local.
Produto	4 Ps do marketing (preço, produto, ponto de venda e publicidade), alternativas de escolha, disponibilidade de informações acerca do produto.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de Aurier; Sirieix (2004).

explicam que quando em contato com um produto, os cinco sentidos de um indivíduo podem lhe fornecer informações e sensações que o farão efetivar ou rejeitar o consumo. A atitude do consumidor dependerá de suas crenças, preferências e relações afetivas com o objeto. A origem do consumidor (indivíduos provenientes de meio urbano ou rural), a atividade profissional, a renda e o nível de educação são, também, variáveis explicativas dos comportamentos de consumo, fazendo parte do fator característica do indivíduo.

Analisando-se as escolhas dos alimentos que foram declarados pelos grupos da tipologia, quanto aos tipos e quantidades, percebeu-se uma distinção especial entre os consumidores que melhor caracterizaram os grupos dos abastados e com maior grau de escolaridade e aqueles de outras classes menos favorecidas e com menor grau de escolaridade. As escolhas dos *clusters* que contaram com grupos sociais mais abastados priorizaram um único contato alimentar durante o dia com alimentos como arroz, carne (magra), leite (preferencialmente o desnatado), frutas e legumes, enquanto a opção dos *clusters* caracterizados pelos menos abastados foi por uma maior quantidade de alimentos (duas vezes ao dia) e pela ingestão de alimentos que garantem maior condição de saciedade (foto da refeição pesada, consumo de massa, carne gorda e alimentos prontos congelados).

As modificações dos modelos alimentares e o surgimento de movimentos de consumo mais conscientes quanto ao valor nutritivo dos

alimentos e os riscos que a má alimentação pode causar à saúde são, sobretudo, explicados pelo aumento do grau de instrução escolar e, em parte, pelo aumento da renda per capita. A educação dos responsáveis pelo domicílio influencia a escolha dos alimentos (COELHO; AGUIAR; FERNANDES, 2009).

Segundo informações da última Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009, comandada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), produtos ricos em carboidratos e considerados básicos são mais presentes nos lares das famílias com menor rendimento do que nos lares de famílias detentoras das maiores rendas. Os dados da POF 2008-2009, quanto ao padrão de despesa, e o aporte energético em diferentes domicílios nas regiões Norte e Sul brasileiras apresentam uma tendência comum entre os domicílios de ambas as regiões: o aumento do teor de lipídios na alimentação em conformidade ao aumento da renda dos domicílios. Além disso, vale acrescentar que o aumento da renda dos domicílios implicou redução de consumo de carboidratos. Entre os domicílios de menor renda, o maior consumo de açúcares e refrigerantes foi observado para os domicílios da região Sul. Participações mais expressivas do consumo de refeições prontas foram identificadas entre os grupos com renda maiores de vinte salários mínimos da região Sul. Apenas as famílias que declararam faixa de renda entre vinte e 30 salários mínimos da região Sul consomem frutas, verduras e legumes segundo a quantidade preconizada pela Organização Mundial da Saúde. O maior consumo de carne vermelha foi declarado por domicílios da região Norte com as maiores rendas (mais de 25 salários), enquanto o mesmo consumo do produto foi observado por domicílios com menor renda na região Sul (a partir de dez salários mínimos).

Enes e Silva (2009) afirmam que, através de comparações realizadas dos resultados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2002-2003) (IBGE, 2004) e aqueles obtidos pelo Estudo Nacional de Despesas Familiares, realizado em meados de 1970, observou-se maior diversificação alimentar da população brasileira. Se, por um lado, houve redução do consumo de arroz, feijão e batata, por outro, constatou-se aumento de consumo per capita de laticínios (iogurte, queijo, requeijão), de alimentos preparados e de refrigerantes.

Em 2009, a Secretaria de Vigilância em Saúde, ligada ao Ministério da Saúde, divulgou um documento de estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal (BRASIL, 2010). No que concerne ao consumo alimentar da população entrevistada, o estudo focou os indicadores do consumo de alimentos considerados marcadores de padrões saudáveis e não saudáveis de alimentação (saudáveis: frutas, hortaliças e feijão, por um lado, e não saudáveis: carnes gordurosas, leite integral e consumo frequente de refrigerantes, por outro). Comprovou-se que o consumo dos alimentos saudáveis aumentou com o avanço da idade declarada pelos indivíduos, bem como com as declarações dos maiores níveis de escolaridade. O consumo de frutas e hortaliças foi menos frequente entre os indivíduos do gênero masculino. Mulheres habitantes dos estados da região Sul e do Distrito Federal declararam os maiores consumos de alimentos mais saudáveis. Homens consomem mais os alimentos não saudáveis, sobretudo as carnes com gordura aparente. Homens de todos os estados brasileiros também declararam consumir, mais do que as mulheres, o leite integral. O consumo regular (mais do que cinco vezes na semana) de refrigerantes foi mais bem representado por homens com faixa etária entre 18 e 24 anos. A frequência do consumo não se alterou com os níveis de escolaridade, mas sofreu queda com o avanço da idade dos homens e mulheres entrevistados (BRASIL, 2010).

Em relação aos ritmos de vida das grandes cidades e seus reflexos nos modos de consumo, os dados da POF 2008-2009 indicam que o percentual de despesa com alimentação fora do domicílio aumentou sete pontos percentuais em comparação com os resultados da POF 2002-2003.

Por fim, considerando-se a tipologia de consumidores encontrada por este estudo, em apenas um dos *clusters* constatou-se que uma das refeições é realizada no domicílio todos os dias da semana. Para a maioria dos entrevistados, de diferentes grupos sociais, as refeições são realizadas fora do domicílio. A realização das refeições em família e no próprio lar foi mais bem caracterizada pelas maiores frequências de consumo dos produtos que garantem maior condição de saciedade e pelo modelo cultural da dona de

casa (domicílios onde a mulher não trabalha e não conta com eletrodomésticos que auxiliam as tarefas culinárias nem empregada doméstica). Além disso, cabe acrescentar que, analisando-se as modalidades de variáveis que caracterizam melhor cada um dos grupos, a modalidade tempo destinado ao consumo dos alimentos representa uma restrição que corresponde bem à evolução dos modos de vida urbanos. Tal restrição influenciou os tipos de contatos alimentares dos grupos, por exemplo, no que diz respeito ao seu conteúdo (declarações de opção por produtos já preparados), sua organização no espaço (realização de refeições fora do domicílio) e seu grau de comensalidade (refeição convival ou solitária).

5 - CONCLUSÕES

Por meio da apresentação de uma tipologia de consumidores de alimentos, constatou-se que, mais do que a renda, o tempo consagrado à realização das refeições representou, de modo geral, uma forte restrição ao consumo dos indivíduos. O curto intervalo de tempo consagrado à realização das refeições foi relacionado de maneira significativamente positiva às declarações dos menores graus de convivialidade durante os contatos alimentares.

Constatou-se, também, que um mesmo grupo social representou diferentes comportamentos de consumo, ou seja, indivíduos de um mesmo grupo declararam realizar práticas alimentares distintas e manifestaram diferentes restrições ao consumo de alimentos. Contudo, embora o grupo dos abastados representou modelos alimentares diferentes, verificou-se que os indivíduos daquele grupo declararam consumir refeições mais leves, leite desnatado e frutas, bem como afirmaram priorizar apenas um contato alimentar por dia com arroz, carne, massa, verduras e legumes.

Resultados como os encontrados neste estudo são interessantes para os diferentes atores que formam as cadeias produtivas dos alimentos, pois são reveladoras de dados referentes à frequência do consumo diária de determinados alimentos, do tempo destinado ao consumo das principais refeições, do local de consumo das refeições e do seu grau de comensalidade (realizadas em família ou de modo solitário). No que concerne aos agentes do poder público, o contato com tais informações poderia contribuir

para uma melhor orientação das políticas de saúde pública. Julga-se, então, conveniente àqueles que pretendem, entre outras ações, realizar campanhas de reeducação alimentar, a busca por informações sobre as maneiras como os indivíduos percebem os alimentos, sobre as suas necessidades quotidianas, bem como sobre os seus sistemas de valor que também guiam suas escolhas alimentares e, assim, representam im-

portantes determinantes dos comportamentos dos comensais. Já em relação às ações dos agentes dos poderes privados, as informações apresentadas neste trabalho poderiam, entre outras ações, auxiliá-los na definição de suas estratégias de segmentação de mercado, na elaboração de novos produtos, na sua promoção e na escolha dos melhores canais de distribuição para a comercialização dos produtos alimentares.

LITERATURA CITADA

AURIER, P.; SIRIEX, L. **Le Marketing des produits agroalimentaires**. Paris: Dunod, 2004. 362p.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. **Vigitel Brasil 2009: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. Brasília: Ministério da Saúde, 2010. 150p. (Série G. Estatística e Informação em Saúde).

CASOTTI, L. **À mesa com a família: um estudo do comportamento do consumidor de alimentos**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 160p.

COELHO, A. B.; AGUIAR, D. R. D.; FERNANDES, E. A. Padrão de consumo de alimentos no Brasil. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 47, n. 2, p. 335-362, abr/jun 2009.

CORBEAU, J. P.; POULAIN, J. P. **Penser l'alimentation: entre imaginaire et rationalité**. Ed. Privat. Paris, 2002. 209p.

ENES, C. C.; SILVA, M. V. Disponibilidade de energia e nutrientes nos domicílios: o contraste entre as regiões Norte e Sul do Brasil. **Ciência e Saúde Coletiva**, v.14, n. 4, p. 1267-1276, 2009.

ESCOFIER, B.; PAGÈS, J. **Analyses factorielles simples et multiples: objectifs, méthodes et interprétation**. 3. ed. Paris: Dunod, 1998. 284p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares - 2002-2003: aquisição alimentar domiciliar per capita**, Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares - 2008-2009: aquisição alimentar domiciliar per capita**, Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

LEBART, L.; MORINEAU, A.; PIRON, M. **Statistique exploratoire multidimensionnelle**. Paris: Dunod, 1995. 439p.

LAMBERT, J. et al. As principais evoluções dos comportamentos alimentares: o caso da França. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 18, n. 5, p. 577-591, 2005.

LUCHESE-CHEUNG, T. L. **Os comportamentos alimentares de brasileiros urbanos: identificação de uma tipologia de consumidores e análise das relações dos grupos com os alimentos**. 2007. 237p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2007.

MIGLIORI, A. Le consommateur face a une nouvelle donne: l'alimentation durable. Montpellier, CIHEAM-IAMM, 2009. 92p. (Master of Science, 98). Disponível em: <<http://ressources.iamm.fr/theses/98.pdf>>. Acesso em: ago. 2010.

PADILLA, M.; LE BIHAN, G. La dynamique internationale de la consommation alimentaire. *Economies et Sociétés*, Paris, v. 31, n. 9, p. 11-25, 1997.

_____; OBERTI, B.; SIRIEIX, L. Les comportements alimentaires. In: GHERSI, G. *Nourrir 9 milliards d'hommes*. Paris: ADPF Publications, 2005. p.43-49.

POULAIN, J. P. *Sociologias da alimentação*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004. 311p.

**BRASILEIROS URBANOS E SEUS DIFERENTES
COMPORTAMENTOS DE CONSUMO ALIMENTAR:
quais as implicações para a organização das cadeias produtivas de alimentos?**

RESUMO: Estudos sobre práticas alimentares possibilitam que informações quanto às especificidades de consumo dos indivíduos sejam reveladas. O objetivo principal desta pesquisa foi apresentar uma tipologia de consumidores de alimentos, visando encontrar diferentes práticas declaradas por brasileiros urbanos. Foram entrevistados 1.600 indivíduos e a tipologia foi conhecida através de análises estatísticas multivariadas. Os resultados revelaram que, entre grupos de consumidores com perfis socioeconômico ou demográfico semelhantes encontraram-se práticas alimentares distintas. Julga-se que a tomada de decisão ao longo da cadeia produtiva, principalmente as ações em busca de maior competitividade, deva ser realizada embasada em estudos mais detalhados sobre comportamentos dos consumidores.

Palavras-chave: comportamento de consumo de alimento, análise multivariada, cadeias produtivas de alimentos.

**URBAN BRAZILIANS AND DIFFERENT FOOD CONSUMPTION TRENDS:
possible implications for the organization of food production chains**

ABSTRACT: Studies on food consumption patterns can increase the knowledge of the specific details of a food consumption system. The main objective of this work was to draw up a typology of food consumers in order to recognize different practices reported by urban Brazilians. One thousand and sixteen hundred consumers were interviewed and the typology was extracted through multivariate statistical analysis. Our results showed that groups with similar demographic and socioeconomic profiles have different food practices. We suggest that decisions to be made along this supply chain, particularly those aimed at achieving greater competitiveness, should be based on more detailed studies on consumer behavior.

Key-words: food consumption behavior, statistical analysis, supply chain.

Recebido em 06/05/2010. Liberado para publicação em 03/08/2010.

Informações Econômicas, SP, v.40, n.8, ago. 2010.